

EMPRESAS



METODOLOGÍA LEAN
PARA MAXIMIZAR EL VALOR
DE LAS BUENAS IDEAS



Índice



Introducción	3
¿Cómo empezamos?	4
Validación Lean: las preguntas que debemos hacernos antes de validar la idea	5
Experimentación Lean: agilidad para despejar dudas	7
¿Cómo validar varias ideas al tiempo?	10

Introducción



¿Qué es la metodología Lean?

La metodología Lean busca impulsar el desarrollo de nuevos productos y dotarlos de un valor mayor de cara al cliente y, al mismo tiempo, eliminar las ideas que no son tan efectivas.

Hay algo que tienen en común esta metodología con la implementación de la innovación en una empresa: **se trata de hacer más con menos.**

Esto implica una evaluación y una validación de los proyectos y las ideas en desarrollo para determinar cuáles se deben potenciar y cuáles se tienen que eliminar, con el fin de optimizar los recursos de nuestra empresa y reducir la incertidumbre que puedan generar procesos que afecten la productividad. Empresas SURA recomienda introducir esta metodología en tu empresa.

¿Cómo empezamos?

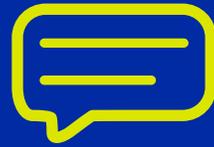


Experimentación y validación

Cada idea tiene sus propios méritos, algunas serán buenas, sin embargo, esto quiere decir que se van a traducir en algo que un cliente quiera comparar: un producto, un servicio o una experiencia. De esta manera cada idea debe pasar por un proceso de experimentación que abonará el camino para validar las ideas que son realmente buenas, y así darles dinamismo y convertirlas, en principio, en un prototipo o un MPV (Mínimo Producto Viable).

Las malas ideas se deben eliminar temprano. Igual que si estuvieras escribiendo una novela: *si a ti no te convence del todo, al cliente menos.* Incluso puedes encontrar fallas o puntos a mejorar dentro del proceso de una buena idea que le mermen su efectividad costo-beneficio. Ten en cuenta que esta metodología sirve tanto para validar nuevos productos pero también modelos de negocio con un nivel alto de incertidumbre.

Validación Lean



Las preguntas que debemos hacernos antes de validar la idea.



Hay cuatro preguntas que debemos resolver antes de (y para) la validación de una idea.

Estos interrogantes responden a cuatro momentos esenciales en el desarrollo de un producto y comienzan con el planteamiento de un problema emergente que quieres solucionar:

1 Validar el problema



¿Vale la pena resolver este problema? Identificaste una necesidad en un sector de la población. ¿Este es realmente un problema importante para las personas? Si los usuarios no creen que lo sea, la solución tampoco será atractiva para ellos.

2 Validar el mercado



¿Hay suficientes usuarios que ven este problema como para que exista un mercado para tu producto? Preguntaste en tu círculo cercano y ves que el problema que identificaste es algo que algunas personas necesitan resolver, pero debes verificar que responda a un bien mayor y no solo a unos pocos.

3 Validar el producto o la solución



¿El producto o la solución realmente resuelve el problema? Ya confirmaste que se trata de una necesidad existente para una parte relevante de la población. Ahora, ¿tu idea le daría solución a este problema?

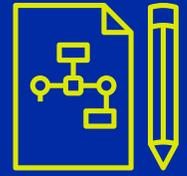
4 Validar la disposición a pagar



¿Las personas están dispuestas a pagar por el producto? Podemos encontrar una alta demanda por parte del mercado y un producto sólido pero hay que determinar si los clientes están dispuestos realmente a pagar por ello.

Experimentación Lean:

agilidad para despejar dudas



Para responder a las preguntas de validación que se plantearon anteriormente, es necesario realizar experimentos que nos permitan conocer con mayor profundidad el comportamiento de nuestro público potencial y analizar cómo el contexto actual trata de resolver el problema al que queremos darle solución.

Estos experimentos deben tener un objetivo claro y su realización debe ser lo más ágil, sencilla y económica posible. En este punto es importante que empieces a trabajar pronto para obtener información y datos relevantes sobre tu idea, con el fin de evolucionarla o reinventarla si es necesario.

—● **Análisis de la competencia**

¿Ya existe algún producto que brinde una solución al problema que identificaste? ¿Por qué el tuyo es diferente y cuáles beneficios adicionales puedes ofrecer con tu solución en comparación a otros actores del mercado?

—● **Pruebas A/B**

Compara tu producto con otra solución para determinar cuál funciona mejor. Aquí debes tener en cuenta todas las características de cada producto según las necesidades que vayas a resolver y observar cómo lo maneja cada uno y cuál funciona mejor. Este es un paso que explora con mayor profundidad los aciertos y debilidades de tu solución en comparación con lo que existe en el mercado.

—● **Encuesta y entrevistas al cliente**

¿Experimentan el problema? ¿Qué tan doloroso es este problema para ellos? ¿Cómo lo resuelven por ahora? ¿Pagarían por una solución?

—● **Preventa**

Este experimento está basado en averiguar si el cliente está dispuesto a pagar por tu producto o solución. Puede incluir la creación de una página de ventas falsas en redes sociales (como Facebook o Instagram) para indagar cómo responden los usuarios al producto y llevar un registro de datos de las personas interesadas, con herramientas como Google Analytics.

En esta parte del proceso puedes empezar a crear gráficamente cómo sería el viaje y la experiencia del usuario para llegar a tu propuesta de valor.

—● **Crowdfunding (financiación colectiva)**

Este modelo de financiación se basa en exponer tu idea en una plataforma (virtual o real) y proponer un monto necesario mínimo para desarrollarla. Si las personas están dispuestas a comprar tu producto, te ayudarán a crearlo desde el principio.

—● **Landings**

Se tratan de páginas web donde explicas de forma atractiva, con elementos visuales y narración sencilla, tu propuesta de valor. El objetivo es utilizar canales que le permitan a tus usuarios potenciales encontrar esta página para entender, con más detalle, tu producto o solución.

● MPV (y rápido)

Desarrollar un mínimo producto viable que le dé a las personas una idea inicial de lo que es o será tu solución es una buena forma de aprender sobre ellos y sobre tu idea. Aquí puedes descubrir errores que no viste al principio y que no habías considerado para cuando tu desarrollo estuviera listo y corregirlos sobre la marcha. Asegúrate de guardar los datos de tráfico de las personas que utilizan tu MPV. El objetivo de un MPV es lograr el máximo aprendizaje con la menor cantidad de esfuerzo.

¿Cómo validar varias ideas al tiempo?



Ya conoces el proceso para empezar a validar una sola idea. Ten en cuenta, apostar todo por un solo producto es un reto gigante. Si tienes en el radar varias soluciones potenciales, puedes validarlas para determinar su viabilidad y los parámetros necesarios para que salga al mercado y otorgue valor.

En la siguiente gráfica podemos ver el viaje de seis barcos diferentes, cada uno portador de una idea y a punto de navegar por las preguntas de validación Lean (Pág. 5):



En este caso, luego de estar sometidas al proceso de validación, sucede lo siguiente con cada una.

Idea 1: en esta idea no se pudo validar el problema.

Idea 2: aquí se validó el problema pero no es posible establecer un mercado para ella.

Idea 3: igual que la primera, tampoco se logró validar el problema.

Idea 4: el problema fue validado y existe un mercado para su solución, pero el producto no es el indicado.

Idea 5: se trata de una variación de la idea 4. El primer prototipo falló, entonces la idea se reinventó para aprender de los errores y entregar una propuesta de valor diferente. Sin embargo, no se puede validar una disposición real a pagar por parte del cliente.

Idea 6: esta idea fue validada en las cuatro etapas. De las seis, es la que deberíamos explorar y desarrollar para construir una solución real, que resuelve un problema, tiene un mercado, es un producto útil y diferente y la gente está dispuesta a pagar por ello.



¿Qué conclusiones se pueden inferir de lo anterior?

- **Muchas grandes ideas fracasarán al principio del proceso.**
- **Descubrir que el problema a solucionar no es algo por lo que la gente pagaría es algo muy común.**
- **Con perseverancia y agilidad puede resultar una idea que se pueda validar en todas sus etapas y por la que podemos apostar.**

Aunque la probabilidad de validar cada fase del proceso sea baja, no quiere decir que es momento de renunciar. Es posible que se deba repensar o imaginar una estructura diferente de la idea original para que solucione un problema más grande, con un mercado potencial mayor. Ser flexible y tener mente abierta para la adaptación de una idea inicial puede generar buenos resultados si se hace bien.

Esta metodología permite validar rápidamente si la idea tiene fallas para poder cambiarla rápidamente antes de pasar al siguiente paso. No quiere decir que si una idea se valide eso va a garantizar que tenga éxito. Validar es solo el principio. Pero si completas cada fase con consciencia y honestidad sobre lo que tienes en tus manos, estarás más preparado y en una posición mucho más clara.

Este conocimiento te dará la ventaja para empezar este viaje que es darle vida a una buena idea.

